

# 讲好文物背后的故事,守好中华文化的根脉

本报评论员 陈曦

随着公众文化素养的提升和观展热情的高涨,时下,很多观众不再满足于走马观花、雾里看花,而是希望深入了解文物展品背后的历史,从“看热闹”走向“看门道”。在这股潮流下,文博讲解服务逐渐走俏——线下,在官方讲解之外,很多导游、文博爱好者在场馆门口揽客;线上,不少自媒体博主带着“家人们”云游博物馆和文化遗产景区,粉丝量蹭蹭上涨。

讲解员,如同连接文博场所与观众的一座桥梁。专业的讲解服务能够传播知识、陶冶情操、温润人心,呈现文博场所“景点”之外的文化和历史价值,为旅游、观展体验增添色彩。遗憾的是,一些低质量的文博讲解正在搅浑市场——从野史八卦到低俗段子,再到鬼神之说,有的讲解并不尊重基本史实,而是什么“劲爆”讲什么,这不仅会扭曲公众的认知与记忆,而且会消解历史文化的严肃性,还会影响相关场所的秩序。

文博热潮之下,讲解乱象或许只是“暗礁”之一。随着各类文博场所的接待量持续上升,文博资源的供需矛盾逐渐显现。比如,一些热门博物馆被“黄牛”盯上,观众手速拼

不过“外挂软件”;一些文博单位专业人才缺乏,展览单调乏味,甚至出现文物发霉、损坏等极端情况,观众乘兴而至败兴而归;场馆之间冷热不均,一些独具特色的小众博物馆“养在深闺无人识”……

我国是文物资源大国。星散在神州大地上的珍贵文物,凝结着民族记忆,承载着悠悠历史,诉说着“何以中国”。各类文博场所不仅是传播优秀传统文化的“学校”,也是展示中华文化的窗口、促进文明交流互鉴的平台。所以,推动文博场所高质量发展,不能止于一时的“升温”,而要追求持久的“保温”。民众对看展的巨大热情,需要强大的治理能力 and 精细的公共服务来支撑。如何用好“文博热”的契机,将我们的“来时路”娓娓道来,将文博场所打造成城市的文化地标,为文化强国建设添砖加瓦,是一道现实考题。

对此,不少地方已经在摸索和改变,也形成了一些经验。有的场馆“错峰闭馆”、增加夜场,或采用技术手段更精准监测客流量,根据接待能力分时段动态放出余票;有的场馆运用人工智能、虚拟现实等,为文物展品插上

“科技的翅膀”,让观众获得沉浸式体验;有的“冷门”博物馆打好差异牌,深挖藏品资源,通过丰富多彩的演出和活动,与观众建立起深层次链接……

盖章、看演出、买文创、品尝特色美食……随着消费新业态、新场景不断涌现,有些博物馆已经成为一站式文化体验平台,逛博物馆成为一种休闲和社交新方式,“文博热潮”也汇入了文旅产业发展的大潮中。这当中的启示是,文博场所的“打开方式”不止一种,要使其长久地焕发生命力,就要讲好文物背后的生动故事,拉近公众与历史的距离。就此而言,各地要做的功课很多,可以施展的空间也很大。

方寸之间,一览千年。某种程度上说,建好用好文博场所,也是在守护文明根脉。期待各地文博单位持续提升策展能力和服务品质,守护好、传承好、展示好中华文明优秀成果,让文物“活”起来,让展览更有“看头”。应该相信,随着高质量供给的扩容,会有越来越多的人走进文博场所,在触摸历史中获得精神滋养、坚定文化自信,中华文化也将绽放新的时代光彩。



如何用好“文博热”的契机,将我们的“来时路”娓娓道来,将文博场所打造成城市的文化地标,为文化强国建设添砖加瓦,是一道现实考题。

据近日半月谈微信公众号报道,近年来,“文博热”持续升温,点燃文旅消费热点,线上线下出现了大量有关文物古迹的讲解内容。然而,一些“假俗乱”的讲解内容,不仅没有阐释好文化遗产价值,还对大众的是非观、价值观、历史观等造成不良引导,短视频平台更成为此类内容的“重灾区”。

## 服务区“七十二变”让出行体验更精彩

关育兵

在临沂服务区看“蒙山沂水”的流水瀑布,去曲阜服务区逛儒家文化展厅——据4月22日中新网报道,山东高速服务区的“变身”,让无数司乘人员发出惊叹。在这里,人们不再只是赶路间隙匆匆歇脚,而是随时可开启一场“微度假”,曾经功能单一的服务区,正变成充满惊喜的“打卡地”,掀起一场出行体验的新变革。

《2024出行消费报告》显示,超7成旅客期待旅途中有更多体验感,上述一系列服务区的创新,恰恰踩准了这个需求。快节奏生活里,人们不再满足于服务区只能加油、吃饭、上厕所,还希望能暂时安顿自身对于“诗和远方”的渴望。不止山东,近年来一些地方将地域文化、趣味场景装进服务区的探索频见报端,人们在短暂停留中也能拍照打卡、体验特色美食、感受当地风情,枯燥的赶路成了轻松有趣的“微旅游”。

从商业角度看,服务区的转型是一笔“双赢”生意。过去,服务区靠卖油、卖餐食赚钱,利润有限;现在,特色场景带来了更多消费机会。数据显示,2024年山东高速服务区非油收入增长近8%,可见,服务区转型也带动了周边经济发展。

服务区的变化,也是公共空间“升级”的一个生动注脚。以前,火车站、服务区、机场等只是单纯的交通设施,如今,地铁站开起了艺术展,机场也有了网红书店,不少交通驿站正在打破固有功能,变得更有情味和烟火气,成为承载生活、文化和社交的魅力空间。在这些地方,你能看到家长带着孩子在文化展厅学知识,年轻人在露景区拍照分享,游客在特色街区挑选纪念品……这些场景,让昔日的交通驿站从“路过的地方”变成了“想停留的地方”。

当然,服务区的“变身”也面临不少挑战。如何避免千篇一律,提供差异化的、真正有特色的体验,怎样平衡商业开发和公益属性,不让服务区变得过度商业化……这些都需要进一步思考和探索。但可以肯定的是,当服务区开始“七十二变”,我们的出行体验无疑有了更大的想象空间。下次再经过服务区时,不妨放慢脚步,说不定会发现一些不期而遇的惊喜。



## 图说

### 我行我速？

据澎湃新闻报道,4月上旬,上海内环内高架道路实现无人机自动巡飞全覆盖,其中,“分心驾驶”的龟速车是查处的目标。“龟速车”指在道路通行条件良好的情况下,尤其是在有最低限速的道路上,一些行驶速度明显低于正常水平的车辆。成都、济南等城市也开展了类似整治。

如今,超速驾驶的危害已深入人心,但开车慢就安全吗?事实上,“龟速”行驶的车辆会打破路面车流节奏,导致车道通行效率下降,还会迫使后方车辆频繁变道、刹车,容易引发交通事故,其危害程度不亚于“超速车”。“龟速车”的存在,车主分心驾驶、边开车边化妆、玩手机、打电话等是一部分原因,也不排除有车辆出现故障、新手车主不熟悉路况等情况。对此,一些地区引入AI、无人机进行精准监测,或先短信提醒再谨慎判罚,执法手段更严相济,兼顾了情与法。查处“龟速车”,也是对公众交通意识的引导和纠偏,让“超低速也是违规”更加入脑入心。相信随着各地治理的深入,道路交通环境将更加安全、畅通、有序。

赵春青/图 陈曦/文

## 网络直播不能“想唱就唱”

戴先任

未经许可在网络直播中演唱、播放、朗诵他人作品;在直播间开展“陪你看(影视剧、体育赛事等)”“为你读(小说、散文等)”活动……据央视新闻报道,4月22日,北京互联网法院通报建院以来涉网络直播著作权案件的审理情况。通报显示,大量主播缺乏基本的知识产权保护常识,直播时随手播放影视剧、演唱歌曲等现象十分普遍,并提示相关行为涉嫌侵权,要高度注意。

近年来,网络视听类应用的用户规模逐年增长,在短视频制作或主播直播过程中随手配段背景音乐、唱几句流行歌曲、播一会儿影视剧或电影,甚至是朗诵和介绍书籍作品,都有一定的侵权风险。有调查显示,某短视频平台涉嫌音乐侵权视频便逾8000万个。

原创音乐等原创作品受著作权保护,网络

主播不能“拿来即用”。此番通报不仅为广大主播提了个醒,也为网络平台敲响了警钟。通报的一起案件中,被告在直播带货时使用原告录音制品作为背景音乐,却并未向原告支付使用费用,法院最终判决被告赔偿原告经济损失800元及合理开支40元。而在另一起案件中,直播平台未经合法授权提供录音制品供主播使用,最终被法院判决构成侵权,作出赔偿。

网络直播侵犯著作权较为普遍,主播、平台为何想唱就唱、想读就读、想用就用?一方面,一些音乐确实是通过平台而火起来的,这让一些平台自认为是音乐人的“伯乐”,觉得音乐人没有不感谢平台反倒向平台索要版权费的理由;另一方面,被侵权的原创作者相对弱势,维权成本往往较大,而且存在维权不成反被平台“封杀”等担忧,因而面对侵权行为时只能忍气吞声。这些都进一步助长了网络直播侵权乱象。

当然,随着近年来相关案例越来越多,原

创作者的维权意识也在不断增强,音集协等相关机构也在主动为原创者维权,一些短视频平台版权意识也有所增强,涉网络直播著作权侵权现象得到了一定程度的遏制,但网络直播仍然是知识产权侵权的“重灾区”。

对此,相关方面要继续加强对音乐等原创作品的保护,加大对原创者维权的帮扶力度,同时要进一步压实平台责任,引导其不断提高版权保护意识、守土有责,对著作权侵权乱象不“带头”、零容忍。平台也应充分认识到依法运营才是平台健康有序发展的根本。监督之网则须进一步织密织严,对侵权行为要依法打击、严肃惩治。

遏制网络直播著作权侵权乱象,是在保护原创作者的合法权益和创作积极性,是为知识产权保驾护航。期待相关各方拧紧责任链条,形成包括行业协会、司法部门、网络平台、主播及广大网友等在内的坚固“堤坝”,合力阻挡知识产权“洪水”向直播间蔓延。

息等层面,重构养老服务利益分配机制才是重点。具体而言,可通过公共信息平台降低信息不对称,削弱企业对需求的垄断解释权;推动养老产业链从“产品中心”转向“方案中心”,如将保险公司的养老社区、医疗机构的健康管理、文旅企业的适老化服务打包为模块化方案,由第三方规划师按需组合;以客户满意度、需求覆盖度为核心的服务评价指标代替以销售额为导向的考核体系。北京市朝阳区试点了“养老服务机构”模式,由第三方机构评估老人需求,再向保险公司、医疗机构等采购服务,规划师的角色更接近“需求管家”,相关做法或可为更多地方借鉴。

养老规划师职业乱象,是银发经济转型期的阵痛。当更多老年人从“生存型养老”转向“品质型养老”,市场需要的不是推销员,而是能连接社会资源与个体生命的“养老架构师”。唯有将职业价值锚定在人的真实需求而非资本增值上,养老规划师才能更好地进化为老龄化社会不可或缺的职业,这不仅关乎一个行业的规范,更考验社会对“老有所养”的诚意与智慧。

## 融媒作品选粹

### 直播 | 探寻展馆里的工运史



为庆祝中华全国总工会成立100周年,4月16日,《工人日报》推出“百年红色印记——展馆里的工运史”系列直播。本期直播中,记者走进北京、郑州、武汉的二七纪念馆,探访京汉铁路工人运动的历史轨迹。

(本报记者 窦菲涛 于芊芊 乔然 李逸萌)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《现场直播 | 展馆里的工运史》



### “孟泰精神”是这样炼成的



孟泰,一个上世纪五六十年代中国人耳熟能详的名字。他是新中国的第一代全国劳模,也是鞍钢精神的奠基人。70多年过去,他留下的“孟泰精神”,依然在这片钢铁沃土上生生不息。跟随镜头,一起感受“孟泰精神”留下的时代勋章。

(本报记者 贺少成 刘旭 乔然)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《【庆祝全总百年·闪耀的功勋】“孟泰精神”是这样炼成的》



### 工视点:尊重劳动应成为常识



北京警方发布消息称,近日有网民反映在北京地铁5号线发生一起乘客辱骂他人的情况。事发当天,赵某峰认为邻座的一位农民工“衣服脏”“挨到了自己”,并因此多次辱骂邻座乘客。

衣服的干净与否,从来不是衡量一个人价值的标尺。农民工兄弟身上的泥土,是建设城市的印记;衣服上的污渍,是辛勤劳作的徽章。尊重劳动应成为常识。

(本报记者 贺少成 李逸萌 白至洁)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《工视点:嫌弃农民工脏并骂人? 尊重劳动应成为常识》



### 房产经纪人:帮你找到理想家园



2024年3月,韩林晓以“萌新”姿态开启房产经纪新征程。此前,她已在传媒领域深耕多年。

韩林晓擅长用创意视频的方式为网友介绍房源,在她看来,房产经纪人早已不是单纯的房屋买卖中介,而是复合型的居住顾问,“只有足够专业,才能为客户提供可靠的信息和建议”。

(本报记者 杨登峰 肖婕妤)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《帮你找到理想家园 | 三工视频·新360行之房产经纪人》



文字整理 赵琛

## 养老规划师职业定位需回归“人本逻辑”

王志顺

伴随老年经济兴起,养老规划师、养老经纪人等岗位招聘信息出现。4月22日《工人日报》的报道,揭开了这一新兴职业的复杂性。记者采访了解到,有的养老规划师成了披着“规划”外衣的销售人员,有的从业者则凭借专业能力,成为个性化养老方案的定制顾问。

当前养老规划师行业的乱象,本质是市场对老龄化需求的错位开发。一些保险公司、养老社区、保健品企业等将所谓的养老规划异化为推销工具,实则是在利用信息差制造焦虑,进而收割一波又一波老年人。比如,某保险机构以“养老社区入住权”捆绑年金险

销售,将“规划”偷换为金融产品推销。当养老规划师成为资本争夺的“代理人”,而非老年群体真实需求的“翻译者”,老年人的尊严感、自主权等养老核心诉求被严重稀释。以一位独居老人为例,其需要的或许不只是保险或养老公寓,还有包括医疗支持、情感陪伴与紧急救助在内的整合方案。

真正的养老规划是“时间推演”和“资源拼图”,而非简单的产品推销。当前,销售型规划师推销产品,本质是渠道分销的末端节点;而服务型规划师则通过探访机构、评估适老化改造方案等充当客户与养老资源的“适配器”。后者显然更贴合这一职业的真正价值,即将养老焦虑转化为可执行的生活方案。破解养老规划师的职业困境,需要引导

从业者从销售型转向服务型,并精准定义其核心能力。这样的能力大致有三种,一是需求解码能力,即需区分客户的显性需求(如购买保险)与隐性需求(如对抗孤独风险);二是资源图谱的构建能力,要打通医疗、金融、社区服务的资源孤岛,如将社区医院的定期巡诊与商业保险的慢病管理条款衔接;三是生命周期管理能力,这要求规划师能预判老人的失能风险、资产通胀、家庭结构变动等变量。相关能力的培养,远非短期内训、考试认证所能实现,而需要包括老年医学、社会保障、财务管理等跨学科知识体系的建立,以及系统的职业伦理建设。

眼下,对养老规划师职业发展异化开展治理,显然不应停留在打击诈骗、规范招聘信